

No	Pertanyaan	Frekuensi Responden					Skor	Rata-rata
		SS	S	C	TS	STS		
	Cafe Cabang Teuku Umar Bandung akan membawa temannya ke cafe tersebut dikemudian hari							
3	Konsumen yang pernah datang ke Ngopi Doeloe Cafe Cabang Teuku Umar Bandung akan mengatakan hal-hal yang baik tentang cafe tersebut kepada keluarga dan teman sejawat	8	14	13	12	3	162	3.24
4	Konsumen yang merasa puas akan mengiklankan dari mulut ke mulut tentang keunggulan dari Ngopi Doeloe Cafe Cabang Teuku Umar Bandung	9	15	12	13	1	168	3.36
5	Konsumen yang setia datang ke Ngopi Doeloe Cafe Cabang Teuku Umar Bandung akan menghiraukan merek atau cafe lain yang sejenis	8	15	11	13	3	162	3.24
6	Konsumen secara konsisten dan berkesinambungan hanya akan berkunjung ke Ngopi Doeloe Cafe Cabang Teuku Umar Bandung ketika membutuhkan kopi, makanan dan minuman yang berkualitas	8	14	13	11	4	161	3.22
7	Konsumen tidak pernah berkunjung ke cafe lain selain Ngopi Doeloe Cafe Cabang Teuku Umar Bandung	11	13	13	13	0	172	3.44
8	Konsumen berpendapat bahwa makanan dan minuman yang disajikan oleh Ngopi Doeloe Cafe Cabang Teuku Umar Bandung adalah yang terbaik dibandingkan pesaingnya	7	14	12	16	1	160	3.2
Total							1316	3.29

Berdasarkan tabel 4.6 secara keseluruhan pada variabel Kepuasan Konsumen dengan jumlah item pernyataan sebanyak 8 item dan jumlah responden

sebanyak 50 Konsumen diperoleh rata-rata tertimbang sebesar 3.29. Sehingga tanggapan responden terhadap 8 butir pernyataan yang diajukan mengenai Kepuasan Konsumen termasuk dalam kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian mengenai keistimewaan produk yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen di Ngopi Doeloe Café Cabang Teuku Umar telah dinilai cukup baik. Hal tersebut tidak terlepas dari pertanyaan mengenai “Konsumen tidak pernah berkunjung ke cafe lain selain Ngopi Doeloe Cafe Cabang Teuku Umar Bandung” karena memiliki rata-rata terbesar yaitu 3.44, sedangkan pernyataan mengenai “Konsumen berpendapat bahwa makanan dan minuman yang disajikan oleh Ngopi Doeloe Cafe Cabang Teuku Umar Bandung adalah yang terbaik dibandingkan pesaingnya” memiliki rata-rata terkecil yaitu 3.2 sehingga pihak Ngopi Doeloe Café Cabang Teuku Umar harus lebih memperhatikan kembali cita rasa makanan dan minuman mereka sehingga menjadi lebih unggul daripada pesaing.

4.2.2 Minat Beli Ulang Ngopi Doeloe Café Cabang Teuku Umar

Minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu (Thamrin dan Francis, 2012). Dari 50 responden yang mengembalikan kuesioner diperoleh jawaban mengenai Minat Beli Ulang sebagai berikut:

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Tentang Minat Beli Ulang

No	Pertanyaan	Frekuensi Responden	Skor	Rata-
----	------------	---------------------	------	-------